

四極会 寄附講義「会社研究」令和3年度 第9回目

令和3年6月16日(水) 13時10分

講師 大分朝日放送株式会社

代表取締役社長 上野 輝幸 氏

テーマ 「大分から全国へ そして世界へ 全力発信 !」



講師の先生には、対面で講義したかったとのことですが、今回もオンライン講義となりました。

OABは、大分エリアで3番目、1993年開局の若い放送局ですが、地元を根差し、地元を愛する地方局としての役割、インターネットとメディアのかかわり、さらには、これからの方向性などをお話しいただきました。

○デジタル化の重荷(2010年)

売上40億に対し、アナログからデジタル化には50億の経費が掛かった。これにより、設備投資、番組制作、社員採用は極力抑制→売り上げ、局イメージは最下位→平成新局というマイナー意識が浸透という状況であった。

11年前の2010年に私は社長に就任したが、これをどう変えていくかが課題であった。

このため次のようなことに取り組んだ。

○イメージアップとブランディング

- 1 大分山野のアプローチとロビー(局の中に大分の雑木林をつくろう。)
- 2 全国でもそれほどない、季節を感じる野外型オープンスタジオ
- 3 NASA 指令室をイメージしたアカデミックな報道センター
- 4 海が見える災害スタジオ
4メートルの津波が押し寄せたとき、ほぼ1階が水没、4階に災害スタジオを設置
- 5 放送を最後に送り出すいわば指令室(中核)としてのデジタルマスター(イメージは宇宙船のコクピット)
- 6 社報年4回発行、PR誌年1回発行、NEWS RELEASE(事案ごとに発行)など

○意識改革

- 1 「iPad」の活用(2013年4月導入)
社員のモチベーションを上げる切り札となるツールであり、「iPad」を使いながら意識改革を進めた。
全従業員へ140台配布(放送局全国で初)→差別の撤廃とIT機器を駆使する優越感→働き方改革・業務の効率化・情報開示→ペーパーレス化・放送への反映
- 2 人事異動・社内ルールの徹底
 - ・タブーなしの徹底した人事異動(営業現場と報道制作現場の異動)
 - ・社内ルールの徹底
スケジュールの公開、精算の期限内厳守、時間外休日出勤の事前申請、会議・議事録等の開示、入札制度徹底等

○民間放送で初の4Kシステム導入

- 1 導入費用は、地方局でも十分対応可能な額であり、2015年全国で初めて導入、新しい形の映像が提供できることとなった。
- 2 4K番組の制作と蓄積
ハードの次はその中身ということで、大分を中心とした映像などソフトをひとつひとつそろえていった。
例 司馬遼太郎の世界、自社制作「街道をゆく」シリーズ
BS朝日「新日本風景遺産」、「九州をゆく」、総務省「海外展開事業」
- 3 働く場所も変えよう

異次元のカプセルホテル風「編集センター」に全国から視察団(2018年には80組も)

4 4K マルチコース

- ・地上波での放送(2K)
- ・BS CS などへの番組販売
- ・国際映像見本市へ出展
- ・海外展開事業・海外イベントでの活用
- ・ケーブルテレビでの展開など

○愛媛 CATV と 4K で提携～ ケーブルテレビと地上波のコラボ～

4K 先発局であり、ソフト保有数も NO.1 の OAB とケーブルテレビで 4K 自社チャンネルを保有する愛媛 CATV の提携により、2017 年 5 月 1 日から放送を開始し

た。(OAB 制作の 4K コンテンツ番組を愛媛 CATV で放送)

○大分ケーブルテレコムと高校野球で提携

東京のキー局からのしぼりにより全試合が放送できないため、J:COM 及びインターネットにより、2018 年第 100 回全国高校野球選手権記念大分大会の全試合を配信した。

○海外展開事業

- ・総務省放送コンテンツ海外展開基盤総合整備事業
- ・環境省からの受託事業

○OAB 婚活事業

少子化対策の一環として大分県、大分市の両自治体から事業を受託。

- ・大分市 6 年連続で受託 7 年目へ 婚活パーティーカップル成立率 50%以上
- ・大分県 5 年目へ 登録者数 1700 人突破

など、地域貢献をしている。

○OAB 全社態勢

- ・災害水害は毎年のように発生している。どうして対応していくか。

部署の垣根を越えて、全社態勢で臨んでいる。これから緊張感が続く時期となる。

- ・社内応募で部署に関係なく 6 人のドローンパイロットを育成している。災害現場、番組制作で活躍している。

・「OAB 大感謝祭」2013年秋から開催、すべての従業員が総出でおもてなしをしている。

○コロナ禍の対応

放送をどう守るか、三密をどう避けるかに心を砕き、屋外スタジオを感染防止に活用した。また、首都圏のタレントはリモートで出演した。

また、イベント関係は、ほとんど中止を余儀なくされたが、感染対策を徹底し、来場者が心から楽しめるイベント運営を模索・実施したいと考えている。

さらに、県からの依頼により観光客の誘致のため、県産品等のPR動画を制作し国内外へ発信しており、リアクションも大きい。

○ブランディング効果

全国から年間約80組が視察に来ている。これにより、局がきれいになるし、社員が礼儀正しくなる。なにより社員のモチベーションが上がることに効果があった。

○地方局の挑戦と未来戦略

1 中央集権から地方の時代へ

地方局としての生き残りをかけ、キー局テレビ朝日と調整しながら地方局としての独自路線も

2 地上波テレビのメディア力

3 地方局のメリット(組織・小回り・意思決定)

4 戦略的な経営(4K海外展開、ネット配信)

新しいものに対応できない放送局はじり貧となる。

5 従業員の意識改革

6 圧倒的な地方局へ

最近の動向として、インターネットの普及による若者のテレビ離れ(例えば、TV→ユーチューブ)が進んでいるが、広告費もインターネットに抜かれている。

インターネットによる同時放送は、NHKや日本テレビなどで行われているが、地方局は設備投資の問題で難しい。

地域の情報は東京からは出せない。地方局でしかやれないものが生き残る道である。

今後とも、テレビの特性を生かし、インターネットと共存しながら番組制作をしていく。

○質疑応答

・就職活動について

エントリーシートをしっかりと書いて出してほしい

当社には大分大学経済学部の応募が少ない。どんどん応募してほしい。10名あまりの先輩がいる。

・インターネットと災害報道について

インターネットによる情報は、災害現場からすぐに入ってくる。

これをすばやくキャッチし、真偽を確認し、放送することが求められる。

SNSは個人が発信するものであるが、メディアは、信頼性が大切であり、放送する側の責任が問われる。

また、ドローンの活用も重要である。ヘリコプターに比べて経費が掛からず、革新的な映像を届けることができる。

これからも、地域の情報を迅速かつ正確に伝えることに最大限努力していきたい。

・災害時等の全社態勢について

緊急事態が発生した場合は、部門間の垣根を超えた態勢が必要である。

同じ部署に長くいれば知識がたくさんできて楽であるが組織が硬直化する。

弊社は、徹底した人事異動(営業現場と報道制作現場の異動)を定期的に行っている。お金を稼ぐところ、ものつくるところを含めて人事異動することにより、お互い何をしているかわかるため、組織が柔軟となり、全社態勢が可能となる。

次の課題はエキスパートをどう育てていくかである。

以上